

КОМПЕТЕНЦИИ НА СМЕНУ ФУНКЦИИ?

Аннотация: Рождение электронных газет изменило многие привычные измерения. Коснулось это и языка. Язык интернет-коммуникации приобрел много новых функций. В связи с расширением задач общения и трансформации типологических признаков поменялся и язык, пришла новая терминология смежных коммуникативных задач. Речь идет о мере иноязычной терминологии в речи журналистов, приверженности национальным традициям.

Ключевые слова: *функции, термины, английские термины, новый язык коммуникации.*

Pugachev V. V.

COMPETENCE TO SUBSTITUTE FUNCTION?

Abstract: The origination of digital newspapers (e-newspapers) has caused changes in plenty of various usual and common dimensions, including language. The language of Internet communication has got many new functions. Due to both widening of communication tasks amount and typological features transformation, the language faced changes, as the number of quite new terms and notions concerning the adjacent communicative tasks has appeared. The thesis is devoted to the amount of foreign terminology in the speech of reporters, and vice versa, adherence to the national traditions.

Keywords: *functions, terms, English terms, new language communication.*

Достижением современной журналистской практики и политической жизни страны последних лет стало то, что наконец-то в интернете заняли подобающие место электронные газеты «Взгляд», «Лента», «Известия» и т. д., уровень которых отвечает всем требованиям журналистики влияния. Их отличает универсальная проблематика, анализ и прогноз внутренней и внешней политики, сложившийся дизайн, в основе которого мы видим контуры традиционного газетного оформления. Мы газету получаем домой, на рабочий стол. Все произошло на протяжении одной человеческой жизни.

«Предтечей же отечественной электронной журналистики можно считать появление электронной версии «Учительской газеты» [2]. Очень важно отметить, что молодое поколение практически незнакомо с печатными изданиями. Их социализация пришлась на рождение и становление электронной коммуникации.

Одновременно получила широкое распространение информационная практика блогерства, которая тоже претендует на свою часть информационного поля. Этот способ электронного общения получает все большее распространение. Эта часть пространства коммуникации по понятным причинам характеризуется активной молодежной аудиторией. Она пока без сложившихся навыков и политический пристрастий и готова согласиться или не согласиться с новой информацией. Ее интересует все, и она априори чаще оппозиционна. Поэтому здесь наиболее эффективно реализуется инфотаймент и политаймент. Новая территория коммуникации в интернете пока не институализирована жесткими государственными правилами. Формы и способы общения постоянно меняются, развиваются. Высокий уровень конкуренции в столичных агломерациях ведет к тщательной работе авторов над каждым информационным событием. Иное дело в провинциальном блогерстве. Здесь все получается проще и предсказуемее. Положительные и отрицательные герои и события местной жизни приобретают более яркие, радикальные цвета. Статус блогера в информационном поле и благосостояние его напрямую зависят от количества посетителей сайта, количества кликов. Больше посетителей, больше рекламы и денег. В провинции намного труднее запустить сайт, заполучить аудиторию. Реклама приходит только на тот сайт, который востребован пользователями.

Журналистский текст в традиционном издании проходит многократную редакционную экспертизу. В том числе и экспертную проверку на документальную точность и на стилистическое совершенство. Такая же практика и в электронных газетах, текст может быть возвращен на переделку по разным причинам несовершенства. Он переделывается автором, получает правки экспертов и более высоких профессионалов, выходит в очередном номере и после этого по числу читателей занимает свое место в информационной таблице о рангах. Счетчик посетителей здесь является синонимом показателя тиража.

В провинциальном блогерстве же мы сегодня наблюдаем непрофессионализм, вкусовщину, торопливость в оценках. Речь идет о местных реалиях. Глубокий анализ события или событий подменяется

тенденциозным пересказом и очень часто стебом. Можно предположить, что это пришло из молодежной субкультуры. Вперемешку с развитием сюжета для пушей убедительности в текст вставлены не переведенные с иностранного языка слова из философской или социологической практики. Они при переводе, возможно, стали бы более глубоким публицистическим аргументом, чем вот такая неосвоенная русским языком терминология. Иноязычный термин работает, если у него есть функция и нет равноценной замены в русском языке. Функциональность есть важнейшее требование для иноязычной терминологии. Вот эта макароническая скороговорка новых авторов интернета с претензией на интеллектуальную снисходительность ко всем читателям не может радовать. Массовая журналистика влияния, в том числе и блогерская, должна быть только профессиональной, потому что есть технологии и приемы манипулирования общественным мнением, которые не заменишь десятком-двумя английских или французских слов из философии или социологии. И они преподаются на младших курсах журналистских факультетов. Прежде всего – это жанровые закономерности.

На факультетах студентам вкладывают знания сходства и отличия массовой журналистики от рекламы и политической рекламы. Но политическую рекламу и менеджмент чаще всего преподают не на журналистских факультетах, а на направлениях с минимальной языковой подготовкой. Давно определена мера, когда это можно подменять или перемешивать. Каждый получатель новости по законам типологии жанра ищет в канале информации только свое, ему интересное. Свою долю вносят в эту мешанину брендинговые агентства. Они продолжают эту работу по строительству нового языка: «Выкладывают скрины из чатов, где общаются участники кэшберри». «Ни одного труфа, скриншота». И вот с сайта на сайт пошли гулять приквелы, тэглайны, нейлинги. Хотя при переводе на русский это обычные и всем понятные слова и термины из коммуникации и даже массовой журналистики. Беда кроется чаще всего в небрежности мысли, в низком уровне подготовки. При этом создатели этого новояза активны и в интернет-журналистике, в своих ЖЖ они обсуждают проблемы внутренней и внешней политики, персоны власти. Они часто создают события методом журналистской провокации. Обсуждают, как поступит власть в случае, если все будет происходить вот так. Случай еще не наступил, но получателя информации готовят в такому развитию события. Получатель их информации чаще всего молодой. Профессиональный журналист

всегда знает шаги для привлечения получателя информации к таким процессам. Манипуляция общественным мнением предполагает только трансформацию жизни, усиление влияния на этажи власти. Здесь есть свои подводные камни и про них надо помнить. Демонстративная аполитичность или оппозиционность и новый почти английский язык создают видимость этакой фронды казенному патриотизму, где все по правилам русского языка и где Волга впадает только в Каспийское море. Однако о предмете исследования. Просто есть культура языка, профессиональное владение языком и терминологией. И нет греха в том, что приходят иностранные слова. Они осваиваются и со временем становятся своими и понятными. И язык обогащается, потому что новое иноязычное слова функционально освоено. Только эволюционные процессы очень длительные, а тут при жизни одного поколения хоть бери в руки англо-русский словарь.

18 февраля активный коммуникатор интернета, как он себя называет «ютюбер», выложил в Facebook месячную статистику своей страницы. У него стало больше на 104 подписчика, прибавилось на 6001 количество просмотров, что в абсолютном измерении выразилось в дополнительных 9860 минутах просмотра его страницы, 195 человек поставили метку, что им понравилось, 28 человек написали комментарий и на 40 человек больше поделились своим видео. Вот такая статистика не самого заурядного собеседника интернета. И многие примеры англизированного языка я брал из его диалогов. Судя по проблематике, эмоциональности, словарю его диалогов, аудитория примерно такая же, 30-35 лет. Это, конечно, не Дудь, но наблюдения часто интересны и находятся в законопослушном поле, хотя есть и стеб, ерничанье, но это уже индивидуальный стилиевой прием рассказа о реалиях нашей жизни. В итоге мы это можем назвать рождением не новой функции, а новой компетенции, где происходит доминирование технологии коммуникации в ущерб качеству общения. И это уже массовое явление [1].

Литература

1. Винтерхофф-Шпурк П. Медиапсихология / П. Винтерхофф-Шпурк. Харьков, 2007.
2. Мельник Г. С. Актуальные проблемы современной журналистики / Г. С. Мельник, А. Н. Тепляшина. СПб., 2009.